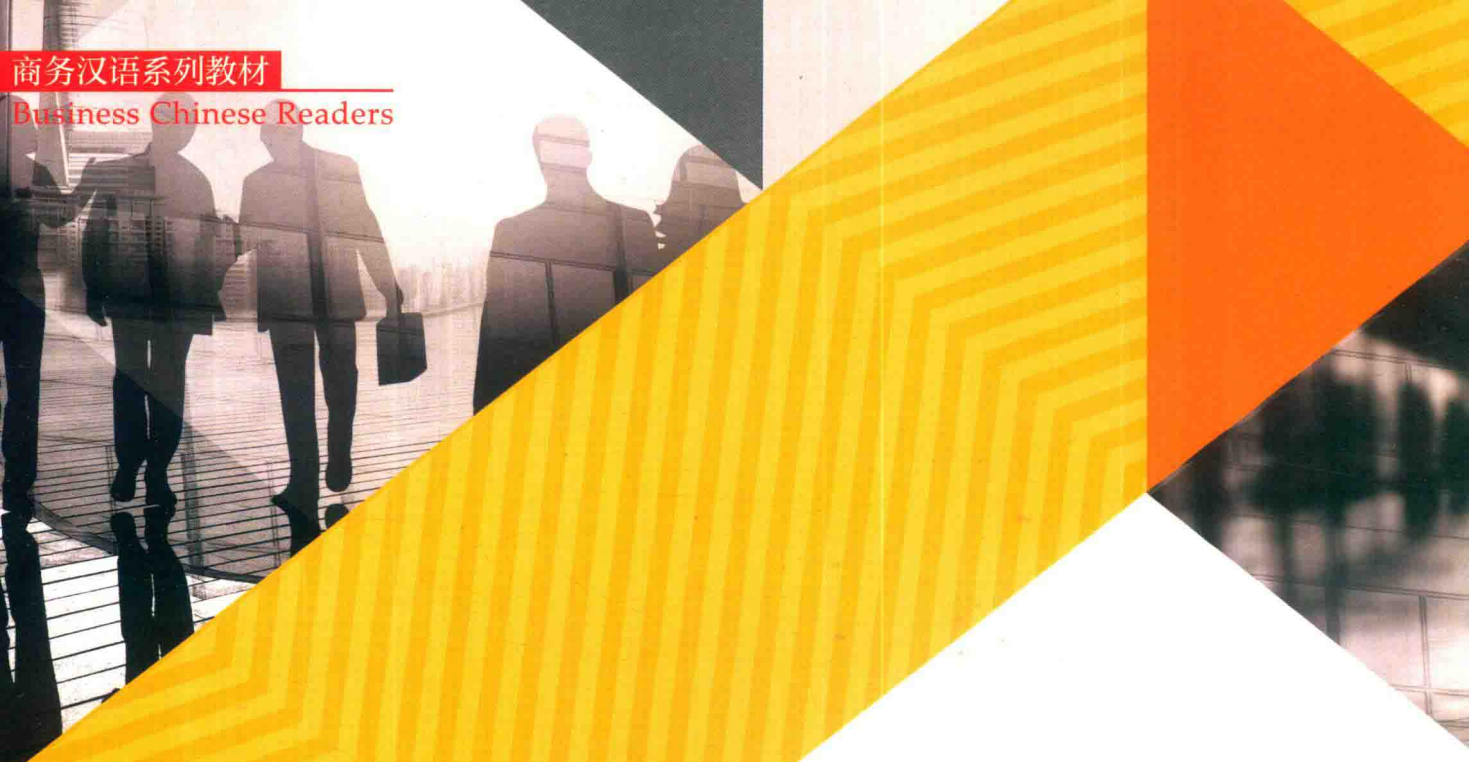


商务汉语系列教材
Business Chinese Readers



EXTENDED
BUSINESS CHINESE

商务汉语拓展

交易与合作篇 企业管理篇

张 黎◎主编
莫 丹 张 黎◎编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

商务汉语系列教材

1195.4
2019

EXTENDED
BUSINESS CHINESE

商务汉语拓展

交易与合作篇 企业管理篇

张 黎◎主编
莫 丹 张 黎◎编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

商务汉语拓展 / 张黎主编. —北京: 北京大学出版社, 2018.8

(商务汉语系列教材)

ISBN 978-7-301-29138-2

I. ①商… II. ①张… III. ①商务—汉语—对外汉语教学—教材 IV. ①H195.4

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第 328783 号

- 书 名 商务汉语拓展
SHANGWU HANYU TUOZHAN
- 著作责任者 张 黎 主编 莫丹 张黎 编著
- 责任编辑 王禾雨 邓晓霞
- 标准书号 ISBN 978-7-301-29138-2
- 出版发行 北京大学出版社
- 地 址 北京市海淀区成府路 205 号 100871
- 网 址 <http://www.pup.cn> 新浪微博: @北京大学出版社
- 电子信箱 zpup@pup.cn
- 电 话 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62753374
- 印 刷 者 北京大学印刷厂
- 经 销 者 新华书店
- 787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 24 印张 511 千字
- 2018 年 8 月第 1 版 2018 年 8 月第 1 次印刷
- 定 价 86.00 元



未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题, 请与出版部联系, 电话: 010-62756370



编写说明

编写目的

随着中国的发展，中国与世界各国，尤其是与发达国家之间的交往、贸易以及商务活动越来越多，从而推动了外国人学习中文的热潮。而学习汉语的人当中，很多人是为了与中国做生意或在与中国有关系的公司中工作。中国经济的飞速发展为全世界提供了巨大的商机，外国企业纷纷到中国寻求发展机会。同时，随着中国成为“世界工厂”，十几万外国企业落户中国，几十万外国企业家和经营管理人员在中国工作。以上这些人都对汉语交际能力有一定的需求，以满足商业交往与沟通的需要。为此，在国家汉办的支持下，我们编写了这套商务汉语系列教材。

适用对象

想学习汉语的工商界人士中，很少有人能够抽出一段相对集中的时间去学校系统地学习汉语课程，他们大多只能在有限的业余时间内参加速成班、进行个别教学或者自学。他们不是把汉语作为学校里的专业去学习，并不期望系统地掌握非常流利的汉语，而是希望学习与商务往来有关的一些实用的基本语言知识和技能，以便能够克服商务活动中的基本语言障碍，改善与中国人沟通的效果，增加成功的机会。本教材就是针对这些人的特殊需求编写，适用于完全没有或只具有一点汉语基础的、母语非汉语的工商界人士以



及其他希望学习一些基础商务汉语的人。

技能目标

中外经济、商务交往，本质上是一种跨文化的交际行为。为了商业的成功，首先必须消除作为交际工具的语言方面的障碍，其次要消除文化的障碍，理解和掌握目的语所代表的文化、特点和规则，所以外国人学习商务汉语要获得的能力包含三个方面：

(1) 与商务活动相关的、实用的、基本的汉语语言知识和技能。

(2) 在中国经济环境下开展商务交际的能力，需要掌握基本的中国经济环境的特点、经济活动规则，既应包括贸易、投资、合作等方面的交际能力，也应包括企业管理方面的交际能力。

(3) 在中外经济交流与合作背景下的跨文化交际能力，包括商务礼俗、惯例和中国文化背景知识。

因此，商务汉语教学应该是以语言为载体、结合商务活动和跨文化认知的三位一体的能力培养。这种能力体现在语言交际技能上，可以分为由低到高的4个层次：

(1) 必要的礼节性交际技能，如欢迎、问候、介绍、道歉、祝贺等。

(2) 实用日常交际技能，如购物、旅行、乘车、通信、约见等。

(3) 基本商务信息交流技能，如介绍公司、说明产品、询价、报价、征询意见、陈述意见等。

(4) 一定的协商、洽谈技能，如讨价还价、制订与修改计划、讨论合作方式、事务评价、问题分析、解决纠纷等。

这套商务汉语系列教材的目标就是系统地训练学习者掌握以上4个层次的基本技能。完成全部教材的学习，学习者可以掌握汉语的语音、基本语法、300多个常用的口语句型、1800个左右的词汇、800多个汉字。学习者可以根据自己的需要确定整体学习目标或阶段目标，选择学习到哪一层次。

汉字对于外国人来说是学习的一大难点，本教材中的汉字只作为辅助的教学内容，学习者可以自己选择是否学习汉字。

教学内容

以对华商务活动为背景，以交际功能为纲组织语言项目，重在口语会话。具体包括以下几方面内容：

(1) 汉语商务交际表达话语：以各种交际功能的汉语单句为主要教学内容，在提高和强化阶段适当引入常用的复句关联词组合。



(2) 常用商务和日常基本词汇：与会话教学相结合讲授，并适当加以扩展。

(3) 语音：以汉语拼音为载体，针对所给出的词汇，循序渐进讲授和练习汉语的发音。

(4) 汉字：通过展示和适当的讲解，让学习者认识最常用的汉字，但不要求会写；根据具体情况，学习者也可以选择不学习汉字。

(5) 前三册附有课文和生词的英文翻译、语音、语法的英文讲解。

(6) 练习：进行语音、词汇和会话训练，以加强理解、熟练掌握。

(7) 文化背景知识：系统地穿插中国社会文化、风俗习惯以及商务文化背景知识的介绍。

教学方法

(1) 本教材附有课文及生词录音，学习者和教师可以充分利用录音材料进行学习和教学。

(2) 每个教学单元以交际功能为单位组织练习，在典型和常用交际场景中学习和练习完成交际技能的语言知识与技能。

(3) 本教材既可用于课堂集中教学，也可用于个别辅导教学或自学。

教材构成

本套商务汉语教材共有四册：

(1) 《商务汉语入门》(基本礼节篇)针对初学者，训练必要的商务与日常礼节性交际语言技能。

(2) 《商务汉语入门》(日常交际篇)针对初学者，训练实用基本生活交际语言技能。

(3) 《商务汉语提高》(应酬篇、办公篇、业务篇)针对已经掌握一点简单汉语的学习者，训练基本商务信息交流语言交际技能。

(4) 《商务汉语拓展》(交易与合作篇、企业管理篇)针对学习过基础汉语并希望更多、更熟练地使用汉语从事商务活动的学习者，训练商务活动中协商、洽谈的语言交际技能。

上述四册既是水平由低到高的系列，同时也体现对商务汉语交际功能的不同需求类型，具有相对的独立性。学习者根据自己的情况，可以成系列地学习，也可以选择性学习。各册的语言交际功能和交际主题不同，其中的《商务汉语提高》和《商务汉语拓展》注重对已有汉语知识和技能的巩固、熟练和融会贯通，而不是单纯的语言要



素难度等级的提高。一方面，前面所学的语言项目会在后面的教材中重现，强化记忆，提高熟练程度；另一方面，语言项目复现的场景、功能会有所扩展，语境和句法组合方式也更加丰富，以使学习者扩展和加深已有语言知识与技能，进行广泛、准确、熟练地使用。

关于作者

本系列教材由北京语言大学经贸汉语系具有丰富商务汉语教学经验的教师编写，具体人员如下：

主编：张黎

作者：沈庶英：《商务汉语入门》（基本礼节篇）

聂学慧：《商务汉语入门》（日常交际篇）

陶晓红：《商务汉语提高》（应酬篇、办公篇、业务篇）

莫丹 张黎：《商务汉语拓展》（交易与合作篇、企业管理篇）



《商务汉语拓展》使用说明

一、教学目标

本教材为口语技能教材，培养和训练学生在业务沟通与企业管理活动中，使用汉语进行常见的商务讨论、协商与洽谈的口语交际技能。教材重点训练学习者使用汉语进行企业商务交易与合作、提高企业管理工作所需的口语交际技能，其目的是通过 90 个左右学时的教学，使学习者完成以下语言技能和商务文化知识目标的学习：

1. 掌握 600 个左右商务工作常用词语，100 个左右的句法结构形式及语法规则。教材还出现 200 多个生字，但不作为教学的重点，学习者可以根据自己的情况选择学习。

2. 基本掌握解释、说明、请求、建议、要求、劝说、赞成、批评、反对、拒绝、让步等交际功能下常用的口语表达方式，包括话语组织及会话结构特点，能够比较完整、准确地陈述信息、说明情况，以及表达观点、态度、建议和要求等，并能够对他人的观点、态度、建议和要求等作出适当的回应。

3. 了解一些中国的经济制度、市场特征、商务运营惯例以及商务交际文化方面的知识。

二、适用对象

针对已经具有初级汉语水平、掌握汉语的基本语



法和 1300 个左右词汇的汉语作为第二语言的学习者，主要适用于在中国及其他国家和地区从事对华商务活动或与中国人一起工作的企业经营管理人员，也适用于具有一定企业经营管理背景知识的其他汉语学习者。本教材适用于短期速成集中教学和个别辅导、自学等分散学习方式。

三、教材内容

本教材以美国 BM 公司中国分公司的业务工作为背景，分为“交易与合作篇”和“企业管理篇”两部分。前者涉及企业与外部商业伙伴或合作者之间的讨论、洽谈交际行为，适用于从事国际贸易、投资、合作工作的学习者；后者针对企业内部管理事务问题讨论、协商的交际行为，主要适用于与中国人一起工作的企业管理人员。

本教材按照交际主题划分为 15 个单元，每个单元针对一种常见的客户间的业务交际活动和企业内部管理工作交际活动，由三个情景对话构成主课文，分别针对三种常见的业务交际和企业内部管理工作中常见的交际事件。围绕这些交际事件来学习相关的口语交际技能及有关的语言要素。每篇课文下列出相应的词语和重要的语言结构形式，然后进行语言形式、语段表达、会话交际等的输入、输出性的练习活动。同时，每一单元后都有一个中国经济与商务文化知识介绍，目的是帮助学习者更多地了解中国经济、社会、商务文化等方面的背景知识。具体各单元的交际主题如下。

1. 交易与合作篇——第一课至第十课，针对贸易、投资、合作等不同的业务领域的交际活动，各课具体主题是：

第一课 尝试建立合作关系

第二课 推销与推介

第三课 对产品或服务的评价

第四课 讨价还价

第五课 探讨合作方式

第六课 权利与责任划分

第七课 修改计划、方案

第八课 解决合作资源和条件（如运输、保险、贷款等）

第九课 处理纠纷

第十课 与政府部门打交道

2. 企业管理篇——第十一课至第十五课，针对基本的企业内部管理领域的交际活



动，各课具体主题是：

- 第十一课 行政管理
- 第十二课 人力资源管理
- 第十三课 生产作业管理
- 第十四课 市场营销管理
- 第十五课 公司财务管理

四、学习要点

(一) 课文

本教材的课文是在对真实的汉语口语商务交际活动进行大量的调查研究基础上编写的，尽可能贴近真实的口语交际情景，口语化特征突出。每篇课文针对一种常见的交易与合作业务或企业管理工作中常见的交际事件，展示典型的口语交际过程和语言表达方式。其中，除了展示常用的词语、句法结构形式外，也揭示出汉语口语成段表达和会话结构方面的特点，包括：

1. 会话参与者每一次讲话（话轮）的内容构成及句子间的衔接方式；
2. 会话参与者获取、维持、转接话轮的方式；
3. 口语会话交际特有的一些互动成分——反馈信号（如“嗯”）和话语标记（如“你知道”“这样吧”），这些是口语交际中不可缺少的成分；
4. 交际参与方根据交际对象、自己的情感和态度而使用的语气、语调特征。

使用本教材的教师和学习者，要注意课文中的上述特点，来关注、展示、体验、模仿课文中的口语表达方式及特点。

(二) 重点词语

本教材的“术语认知”部分专门列出了业务交际与企业管理交际领域特有的术语作为词语学习的重点，并给出这些术语的常用组合形式和例句，让学习者体会其意义、词性和用法。其中多数术语在现有工具书中找不到，或者与工具书的释义及用法不尽相同，学习者可以通过机械性复述教材中所列“常见形式”和“用法举例”中的例子理解和记忆这些术语。在此基础上，学习者可以利用“常见形式”中所列的组合，来尝试造句和进行有意义的表达。另外，这些术语及其用法是日常汉语交际中少见的，对于很多中国人来说也不熟悉，如果发音不准确，很容易在交际中造成理解障碍，所以在学习过程中，要重视发音的准确性，必要时要反复练习这些术语的发音。



(三) 语法

本教材的“语言点链接”部分，重点介绍课文中出现的一些具有句法结构功能或影响会话结构的语言成分和具有语块性质的固定组合形式，这些语言成分和组合形式对于语言表达的准确性和流利性会构成障碍，因此需要学习者予以足够重视并掌握。“语言点链接”对这些成分和形式的句法结构和语用特征做了比较细致的描写，并提供了典型例句。这主要是为教师提供参考和便利，但不建议对学习者的过多讲解，而最好是根据这些描写及例句来呈现和练习这些语言点的结构和用法特点。同时，因为本教材的目标是训练商务汉语口语交际能力，所有的语言要素教学都是为完成特定的商务交际事件中的口语表达和应对，所以，对于语法成分和形式的学习和训练，应尽可能与其所承担的交际功能和意念相结合，进行有意义的表达。为此，应尽可能避免单纯的、孤立的句型操练，尽可能让学习者针对特定的商务交际事件、话题、情景以及交际功能进行造句练习，并尽可能将造句与会话结合起来，在一个相对完整的成段表达（如一个话轮）中尝试使用这些成分和形式。

(四) 练习

1. 课文理解和语言聚焦

教材中的练习一“根据课文内容回答下列问题”，其作用一是帮助学习者理解课文的意义内容，二是使学习者关注其中的语言表达形式，学习者通过复述课文的相应部分来完成这一练习，为下面的练习做铺垫。教师在此过程中可以纠正和再次展示相关的语言表达形式。此练习也可以与“术语认知”和“语言点链接”结合进行。

2. 成段表达技能输入

教材中的练习二“用本课学到的说法完成下面的句子”，其目的是为了强化学习者对课文当中的主要语言表达方式的认知和记忆，并且是在语段及话轮结构层面上的认知与记忆。其中的每道练习题基本上是课文中的一个话轮或一个语段，字面上出现的语言片断是基本的表达框架，可以用于同类交际事件和交际功能而形式可以不变；而每道题的空白部分则是可变的具体的焦点信息，针对具体的实际交际内容可以有相应的改变。在做这种练习时，教师首先要引导学习者关注这一段话的交际目的和交际功能是什么，如提问“说话人介绍产品时是怎么说的”，然后再引导学习者关注整段话的结构，包括先说什么后说什么，以及句子间连接的方式，最后再关注需要填补的信息。在学习者能够熟练地将课文内容填补到空白部分后，可以让学习者尝试用这些语段结构来表达其他的交际内容和信息。



3. 会话技能输入

教材中的练习三“会话练习”是在练习二基础上，模仿课文内容和人物角色进行对话练习活动，其主要目的是让学习者熟悉在某个交际事件中，会话双方如何对另一方发话以及如何回应对方的话，其中包括话轮控制（获取、维持、交接、放弃话轮等）方式、互动协调（反馈信号、话语标记等）、交际策略（语气、语体、风格、方式）等。同时，也进一步检验和练习学习者对于生词、语法以及语段结构的运用技能。练习的目标应该是学习者可以在不看课文的情况下，流利并比较准确地模仿出课文的对话。

4. 交际与表达技能输出

教材中的练习四“交际表达练习”和每单元的“本课总结与实践”以及每单元后的“自我评估”都是交际与表达输出的训练和检验。其中，练习四是在练习三基础上，让学习者运用某篇课文所学语言知识和技能进行不同信息内容和情境的表达与交际练习活动；“本课总结与实践”则是运用一个单元所学的知识 and 技能进行更接近于真实的综合表达与交际练习活动，锻炼学习者实际运用语言的能力。这些练习的目的都是综合检验学习者对相关知识与技能的掌握程度，以熟练输出为目标。为了降低完成练习活动的难度，这类练习题中提供了一些相关的语言成分和表达形式，供学习者参考使用，但不是必须使用。

每一单元中的“自我评估”部分是为学习者复习、巩固本单元所学内容而设计的，使学习者进一步明确本单元所学的主要技能是什么，并且自我检验一下收获如何。这部分可由学习者自己完成，也可作为一项课堂活动由教师组织学习者来做。

（五）商务文化知识

为了让学习者更多地了解中国，培养学习商务汉语的兴趣，并对本教材的语言内容学习提供一些辅助，教材每一单元后都有一个“文化点击”短文，介绍有关中国的经济、社会、商务文化等方面的背景知识，其内容与所在的单元课文里出现的词语、概念、话题或背景有一定相关性。这部分内容不是必学的，可以根据学习者的情况，由学生课外自学，或由教师在课堂上以讲解、组织讨论的方式学习。

“文化点击”内容目录：

- 第一课 在中国建立分销渠道所面临的困难
- 第二课 中国的一线城市、二线城市与三线城市
- 第三课 跨国公司在中国的品牌本土化
- 第四课 在中国讨价还价



第五课 中国的银行体系

第六课 熟人好办事

第七课 中国城市轨道交通的发展

第八课 中国人的“面子”

第九课 中国的经济

第十课 中国公务员的行政职务级别体系及称呼方式

第十一课 中国的民营企业

第十二课 中国劳动力的工资结构和水平

第十三课 中国人消费观念的变化

第十四课 中国的媒体

第十五课 中国的税收制度

五、教学原则

本教材以专门用途语言教学理论为指导，基于对真实的商务交际活动及语言的调查研究编写，在交际内容以及语言技能训练内容方面做了一些新的探索和尝试，建议使用本教材的教师在教学实践上注意以下几个原则。

（一）以需求为导向

开展商务汉语教学的目的是满足从事或将要从事与中国企业和个人之间的商务交流活动的外国人的特别需求，是一种学习内容选择。但商务活动范围广，分支领域庞杂，具体到每个学习者，其对学习内容的要求不尽相同，所以，单一一种商务汉语教材很难满足广大学习者的学习需求。本教材从行业角度考虑从业者在业务活动中可能经常遇到的各种交际事件，但这并不意味着所有学习者都要学习全部的内容，或者每个学习者需要学习的内容都能在本教材中找到。使用本教材的教师及学习者，首先要进行需求分析，在此基础上决定本教材是否适用，以及需要增加、删除或调整哪些内容。同时，根据学习者的语言水平、知识背景、个性特征等，来决定学习方式和方法。本教材提供了一个商务交际活动的内容框架和样例，并不是万能通用的商务汉语教材，必须结合学习者需求和实际情况进行教材分析和课程设计，以增强针对性，而不应该简单套用本教材的内容直接进行教学。

（二）突出口语特点和真实性

本教材借鉴话语分析和会话分析理论，在对现实的商务汉语口语进行调查和分析



的基础上设计出学习材料，努力反映真实的口语形态，目的是让学习者体验和学习到真正的商务口语和交际技能。因此，本教材课文当中的语料不像以往的口语教材的课文语言看上去那样“规范”，但这正是真实口语的特点。教材使用者要关注口语性的成分、话语组织与衔接、连贯方式以及会话结构方面的特征，教师在教学中也要演示、练习口语化的语言。这样才能真正体现口语交际技能教学的特点并实现技能训练目标。

同时，商务人员之间在业务工作当中的口语交际会使用一些特有的语言成分和表达方式，或者以特别的方式来使用通用汉语的一些语言成分和表达方式，这也就是所谓“行话”的特点的体现。这些行话对于行外的人可能完全是陌生的，即使是汉语为母语者，不接触该行业也可能不知道这些说法。所以，使用本教材的汉语教师，也可能对于教材里出现的一些说法感到陌生，但不要试图根据自己的理解想当然地用其他的说法去代替。如果遇到学习者询问某些教材里没出现的交际事件中特定功能的表达方式，请不要根据通用汉语的说法推理或套用，这很可能导致学习者学的是“外行话”。因此，使用本教材的教师遇到语言困惑时，最好去调查、了解一下真实的口语是怎么说的。

（三）结构与功能相结合

本教材是以交际为导向、以话题和交际功能为纲编写的，教学的目标是能够进行特定交际事件下的各种交际行为所需的口语输出和会话应对技能，但这并不意味着教材使用者可以不关注语言结构的准确性。因为商务交际活动中，准确地传达意义及情感、态度非常重要，否则可能会影响交际双方的关系及交际氛围，进而可能影响意愿达成及现实利益。所以，教材使用者要关注语音、词汇、句法形式的准确性训练，如适当进行机械性操练和情景造句练习。同时在进行交际表达练习时，教师也要注意纠正语音、词汇、语法上的偏误。

编者

目 录

Contents



Jiāoyì yǔ hézuò piān 交易与合作篇

Dì-yī kè	Nín yǒu méiyǒu xìngqù hézuò	
第一课	您 有 没有 兴趣 合作	3
Dì-èr kè	Xīnpǐn yǒu fēicháng hǎo de mǎidiǎn	
第二课	新品 有 非常 好的 卖点	22
Dì-sān kè	Nǐmen gōngsī fēicháng yǒu shíli	
第三课	你们 公司 非常 有 实力	44
Dì-sì kè	Wǒmen kěyǐ gěi nǐ dǎ ge jiǔ zhé	
第四课	我们 可以 给你 打个九折	65
Dì-wǔ kè	Wǒ xiǎng zuò kǔnbǎng xiāoshòu	
第五课	我 想 做 捆绑 销售	88
Dì-liù kè	Zhèxiē ràng lì de fèiyòng shuí lái chéngdān ne	
第六课	这些 让利的 费用 谁 来 承担 呢	110
Dì-qī kè	Gōngsī juéding chèhuí zhè pī huò	
第七课	公司 决定 撤回 这批货	131
Dì-bā kè	Zhǐyào tiáojiàn héshì jiù xíng	
第八课	只要 条件 合适 就行	155
Dì-jiǔ kè	Zěnmē gǎo de	
第九课	怎么 搞 的	181
Dì-shí kè	Wǒmen de chǎnpǐn wèi shénme bèi jìnshòu	
第十课	我们 的 产品 为 什么 被 禁售	204



Qīyè guǎnlǐ piān
企 业 管 理 篇

Dì-shíyī kè	Yīnggāi chóngxīn tiáozhěng jīgòu hé fēngōng	
第十一课	应该 重新 调整 机构和 分工	231
Dì-shí'èr kè	Zhè shì ge yǒu tiǎozhànxìng de zhíwèi	
第十二课	这 是 个 有 挑 战 性 的 职 位	255
Dì-shí sān kè	Nǐmen yào gǎijìn shēngchǎn biāozhǔn	
第十三课	你 们 要 改 进 生 产 标 准	279
Dì-shí sì kè	Zhè cì huódòng cǎiqǔ zhěng hé yíngxiāo cèlüè	
第十四课	这 次 活 动 采 取 整 合 营 销 策 略	305
Dì-shí wǔ kè	Zánmen zuìjìn de cáiwù zhuàngkuàng rúhé	
第十五课	咱 们 最 近 的 财 务 状 况 如 何	329
Shēngcí biǎo		
生 词 表		357
Shù yǔ suǒ yǐn		
术 语 索 引		365

Jiāoyì yǔ hézuò piān

交易与合作篇

